

اهمية اللغة الانجليزية في القطاع السياحي والفنطقي

م. نجاة عبدالمطلب محمد جواد* م. بلسم عبدالحسين لعبيبي**

المستخلص

تعد اللغة الانجليزية من اللغات العالمية الواسعة الانتشار، بل هي اللغة العالمية المعتمدة في أغلب دول العالم ولاسيما في الوقت الحاضر. إذ أخذ الناس في جميع انحاء العالم يعتمدون عليها في رفاهم الاجتماعي والاقتصادي وبدأت الانجليزية تمد جذورها على الصعيد الدولي في الحياة السياسية والتجارية والأمنية والاتصالات والترفيه والتواصل والأعلام والتعليم.

أما السياحة فهي نشاط بشري قديم تطور سريعا في نهاية القرن الماضي. وهو ببساطة السفر من بلد الى آخر لأسباب عدة أهمها الترفيه والاطلاع على معالم دول مختلفة. و أن صناعة السياحة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود. وأثبت سوق السفر والسياحة أنه يستطيع استيعاب العالم حتى قيل أن السياحة صناعة العالم الى كل العالم.

وبذلك تعتبر اللغة الانجليزية لغة مساندة لمن يسافرون حول العالم، حيث الحملات السياحية واجتماعات العمل والمؤتمرات الأكاديمية، والمؤتمرات الدولية، وغيرها. وكذلك نجد أن النشرات السياحية وتعليمات الطواريء والخرائط ولوحات الشوارع كلها تكتب باللغة الانجليزية الى جانب اللغة المحلية.

وبهذا لزم على العامل في مجال السياحة اضافة الى مجال الفنادق وكذلك المسافر الى دولة أخرى وابن البلد أن يتعلم اللغة الانجليزية. إذ أن تعلم هذه اللغة يعد من برامجيات التثقيف السياحي العام للشرائح الثلاثة المتقدمة.

ونتيجة لما تقدم فإن قدرة العاملين في القطاع السياحي والفنطقي على التواصل مع السياح الأجانب تعتبر مهمة من أجل نمو متطور وبالتالي نمو اقتصادي للبلد المستقبل. وينتج من هذا رفع مستوى رضا السياح وضمان عودتهم للزيارة. لذا اصبح من الضروري ادخال اللغة الانجليزية ضمن برامج التدريب للعاملين في قطاعي السياحة والفنادق.

Abstract:

English is one of the world's most widely spoken languages, but it is the universal language adopted in most countries of the world, especially nowadays. As people around the world rely on it in their social and economic well-being. English has begun to be rooted internationally in political, commercial, security, communications, entertainment, communication, media and education.

Tourism is an old human activity that was developed rapidly at the end of the last century. It is simply traveling from one country to another for

* الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية .

** الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية .

مقبول للنشر بتاريخ 2016/9/27

several reasons, most important of which are entertainment and sightseeing of different countries. And that the tourism industry is linked with the human desire to know and to transcend borders. The travel and tourism market has proved that it can absorb the world until it is said that tourism industry the world to the whole world.

Thus, English is a language of support for people traveling around the world, including tourism campaigns, business meetings, academic conferences, international conferences, etc. Tourist notices, emergency instructions, maps and street signs are all written in English along with the local language.

This required the worker in the field of tourism in addition to the hotel industry as well as the traveler to another country and the son of the country to learn English. As learning this language is one of the programs of general tourism education for the three advanced classes.

As a result, the ability of tourism and hotel operators to communicate with foreign tourists is important for the growth of the developed and thus economic growth of the future country. This results in increased satisfaction of tourists and ensuring their return to visit. It is therefore necessary to introduce English into training programs for workers in the tourism and hotel sectors.

المقدمة

تعد اللغة عنصراً مهماً في كل ثقافة، وهي إلى جانب الكتابة تمثل عاملاً كبيراً في تراكم الثقافات واستمرارها، وهي أهم وسيلة من وسائل التواصل بين البشر. واللغة الإنجليزية واحدة من أكثر اللغات انتشاراً وتداولاً في العالم اليوم. فضلاً عن أن صناعة السياحة تطورت وامتدت في العقود الأخيرة لتحتضن العالم بأسره. وبما أن أحد أهم مقومات السياحة هو العنصر البشري الذي يتكون من العاملين في مجال السياحة أو الفنادق والذين هم في احتكاك دائم مع السائح الأجنبي لذا وجب عليهم تعلم اللغة الإنجليزية، والعكس صحيح ذلك أن على السائح المرتحل إلى دولة أجنبية أن يطلع على لغة ذلك البلد. ناهيك في ضرورة معرفة ابن البلد المستضيف بهذه اللغة لأنه سيتعامل ولو قليلاً مع سياح بلده.

مشكلة البحث

إن ضعف تدريب العاملين في السياحة والفنادق على تعلم اللغة الإنجليزية يشكل مشكلة مهمة في طريق التطور السياحي والفندقي باعتبارها لغة عالمية وقد انتشرت في شتى الميادين في العالم كالاتصالات والتجارة والسياسة والاقتصاد والتعليم، وفي دول مختلفة والتي قد لا تكون اللغة الإنجليزية لغتها الأم ولا لغة مستعمريها. وفي الوقت ذاته فإن السياحة عادت في العصر الحاضر من الصناعات الحديثة والمتطورة التي انتشرت في كل دول العالم. وبذلك لزم على العاملين في قطاع السياحة والفنادق تعلم هذه اللغة التي تساعدهم على التواصل مع السياح وفهم الثقافات الأجنبية.

الفرضيات

نفرض أن تعلم اللغة الإنجليزية مهم أولاً للعاملين في القطاع السياحي والفندقي؛ ثانياً إن تعلمها مهم للمسافر أو السائح إلى بلد أجنبي. ثالثاً وأنه مهم لابن البلد الذي يكون في احتكاك مباشر مع السائح الأجنبي. ونفرض أن تعلمها غير مهم وبذلك سيلجأ المسؤولون إلى المترجمين وهذا سيكلف الدائرة أو الهيئة المسؤولة أجور عمل. وكذلك فإن التفاهم بين السائح والسواح والمرشد السياحي أو أي عامل في الفندق سيكون التفاهم بينهم عبر وسيلة المترجم التي ستأخذ وقتاً وجهداً مما يقلل من سير العمل في مجال السياحة

والفندق. وتم عمل استبيان يبين مدى معرفة العاملين في احد القطاعات السياحية (مطار بغداد الدولي) باللغة الانجليزية من خلال عرض عبارات انجليزية قد يستخدموها في مجال عملهم وتصويتهم على معرفتها.

أهداف البحث

1. بيان أهمية تعلم اللغة الانجليزية باعتبارها لغة عالمية.
2. بيان صناعة السياحة وعلاقة اللغة الانجليزية بها.
3. توضيح أهمية تعلم الانجليزية للعاملين في القطاع السياحي والفندقي وذلك لأرتقاء بهم الى مستوى ثقافي لغوي عالي يؤهلهم للتواصل مع السياح الأجانب.

محتويات البحث: تناول البحث المحاور الآتية :

- المحور الاول: عالمية اللغة الانجليزية.
 المحور الثاني: السياحة واللغة الانجليزية.
 المحور الثالث: أهمية تعلم اللغة الانجليزية في القطاع السياحي والفندقي.
- 1- أهميتها للعاملين في السياحة.
 - 2- أهميتها للعاملين في الفندقة.
- المحور الرابع: استمارة الاستبيان ونتائجها. ثم
 المحور الخامس: الاستنتاجات ، والسادس: التوصيات.

أولاً : عالمية اللغة الانجليزية

تعد اللغة من أهم سبل الاتصال بين الأفراد والجماعات ولها الفضل الكبير في تطور الحياة البشرية، إذ تؤلف عاملاً كبيراً في ازدياد الثقافة وتطورها (الهيبي، 1978:24). وعلى هذا الأساس فإن اللغة هي محور الاتصال الأول في كل المجتمعات سواء كانت هذه المجتمعات في أطوارها الأولى أم قطعت اشواطاً بعيدة في التحضر (سعد، 1990:27).

أما أسباب كون اللغة الانجليزية لغة عالمية بل هي من أكثر اللغات انتشاراً وتداولاً في الدول المتقدمة فيرجع ذلك الى أسباب عدة ، سنوردها على سبيل الحصر.

ان من ابسط الاسباب هو كثرة المتحدثين بها، أو سهولة تعلمها، أو انها تحوي قواعد لغوية أقل من اللغات الأخرى، ويرى البعض أن للانجليزية خصائص معينة تجعلها مقبولة دولياً، فمثلاً مالوفية مفرداتها وأنها قد إستعارت كلمات جديدة من لغات مختلفة مما يعطيها خاصية مرنة، أو أن صفة خصائصها التركيبية التي لا تستوجب التمييز بين الطبقات الاجتماعية مما يجعلها أكثر ديمقراطية لمن يتحدث بها ، ومع ذلك فإن كل هذه الاسباب تبدو غير مقنعة بقدر السبب الذي يقول بأن اللغة تكسب عالميتها من القوة السياسية لشعبها (البحيري، 2005). واستنتج البحيري بأن انشاء لغة عالمية يتطلب ايجاد شعب ذا قوة عسكرية اضافة الى وجود شعب ذا قوة اقتصادية لمواصلتها والتوسع فيها (المصدر السابق).

وهذا ما حصل فعلاً فقد كانت الامبراطورية البريطانية في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر تغطي ثلث الكرة الارضية . إذ كان لها هدف وكانت اللغة الانجليزية الاداة التي حققت لها ذلك (الابتسامه/ مجلة الكترونية: 2009). بالاضافة الى أن الثورة الصناعية التي انبثقت من بريطانيا وانتشرت الى جميع انحاء اوربا، وكانت النتاج اللغوية بعيدة المدى من حيث استخدام المصطلحات العلمية باللغة الانجليزية (المصدر السابق).

وحدثت التطورات ذاتها في الولايات المتحدة التي حلت محل بريطانيا، وبدأت تنصدر الدول في النمو الاقتصادي والتجاري في بداية القرن العشرين والنتيجة ان "تصف الانتاج العلمي والتكنولوجي المؤثر في الفترة بين عامي 1750-1900 قد كُتِبَ باللغة الانجليزية" (المصدر السابق).

اذن هناك سببان رئيسيين في عالمية اللغة الانجليزية الاول تاريخي جغرافي (وابرزته الحملات الاستعمارية) والثاني اجتماعي ثقافي، والذي يظهر في الطريقة التي يعتمد فيها الناس في جميع انحاء العالم على اختلاف فئاتهم على اللغة الانجليزية في رفاهم الاقتصادي والاجتماعي. إذ ترسخت جذور الانجليزية على الصعيد الدولي في السياسة والتجارة والاتصالات والترفيه والتواصل ووسائل الاعلام والتعليم (المصدر السابق) . هذا وأن اللغة الانجليزية ممثلة بل متصدرة على بقية اللغات الآن في كل قارة من قارات العالم،

وفي جزر أهم ثلاث محيطات هي : جزر سينت هيلينا في المحيط الأطلسي، وجزر سيشل في المحيط الهندي، وجزر كثيرة في المحيط الهادي مثل فيجي وهاواي (المصدر السابق).

وتتمثل الإنجليزية في الوقت الحاضر في العالم بثلاث مستويات مهمة الأولى كونها اللغة الام في خمس دول كبيرة هي الولايات المتحدة وبريطانيا وكندا ونيوزلاند و استراليا، والمستوى الثاني يشير الى الدول التي تستخدم اللغة الإنجليزية كلغة ثانية في بيئات متعددة اللغات مثل سنغافورة والهند وملاوي وخمسين دولة اخرى تتداول هذه اللغة في مؤسسات الدولة الرئيسية، أما المستوى الاخير والذي يعتبر اوسعها ويشمل دولاً تعترف بأهمية اللغة الإنجليزية بأنها عالمية على الرغم من أنها لم تكن محتلة من قبل دول ناطقة بالإنجليزية مثل روسيا والصين واليابان واليونان وبولندا(الابتناسمة/ مجلة الكترونية: 2009). وهذا التوسع في استخدام الإنجليزية جعل اطلاق مصطلح اللغة العالمية حقيقة لا مفر منها.

ثانياً: السياحة واللغة الإنجليزية

السياحة* هي نشاط سفر يقوم به الإنسان لغرض الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط (وكيبديا/ الموسوعة الحرة) (مقابلة، 2007:24). أو "هي عبارة عن تجوال الإنسان من مكان الى مكان ومن زمان الى زمان آخر، وهذا يعتبر سياحة عالمية، أو الانتقال في البلد نفسه، أي سياحة داخلية..." (المصدر السابق) انظر ايضا (مكية، 2000:93).

أما ما يخص موضوعنا فهو السياحة العالمية أو الخارجية أو ما يسمى الآن بالسياحة الدولية، التي تتطلب من المسافر أو بمعنى أصح "السائح" استخدام لغة تختلف عن لغته الام. والسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلو مترا على الأقل من منزله ويكون غرض هذا المسافر هو زيارة بلد أو مدينة لأكثر من 24 ساعة ولأسباب ترفيهية أو استمتاعية أو صحية أو ثقافية أو أسباب دينية (مقابلة، 2007:25) (وكيبديا/ الموسوعة الحرة).

هذا وأن من أهداف السياحة تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف (مقابلة، 2007:25). وهذا لا يتحقق بشكل كامل الا من خلال تعلم لغة البلد المضيف والعكس صحيح. و"تعتبر اللغة الإنجليزية لغة مساندة لمن يسافرون حول العالم، حيث الحملات السياحية، واجتماعات العمل، والمؤتمرات الأكاديمية، والمؤتمرات الدولية، ... وغيرها" (الابتناسمة/ مجلة الكترونية: 2009).

وأنا نجد أن اللغة الإنجليزية قد تخللت قطاعي الإقامة والمواصلات كلغة مساندة، إذ أن تعليمات السلامة على الرحلات الدولية والبحرية وتعليمات الطوارئ في الفنادق جميعها تكتب بالإنجليزية الى جانب اللغة المحلية، اضافة الى الخرائط ولوحات الشوارع (الابتناسمة/ مجلة الكترونية: 2009).

مضافا الى ذلك فإن اللغة الإنجليزية أصبحت اليوم لغة تنافس صناعي وتجاري عالمي، وأن معرفتها تساعد الدول الصناعية على تسويق منتجاتها، وعلى توسيع أسواقها العالمية وازدهار تجارتها مع البلدان الأخرى (صالح، 2000:136). وأن السياحة عبارة عن صناعة بل من أكثر الصناعات نموا ورسوخا، إذ تطور سوقها في السنوات الاخيرة ليكون في مقدمة القطاعات الاقتصادية المؤثرة في العالم (وكيبديا/ الموسوعة العالمية).

ثالثاً: أهمية تعلم اللغة الإنجليزية في القطاع السياحي والفندقي

"إن صناعة السياحة والفنادق تمثل صناعة خدمات والخدمات تعتمد اعتماداً كلياً على العنصر البشري، وإن كل شخص يعمل في مجال السياحة أو الفنادق يعتبر ممثل وسفير لبلده..." (مكية، 2000:93). وذلك بحكم تعامله بالسياح الأجانب لتوليد الأنتطاب الجيد لدى السائح عن البلد المضيف (عبود، 2007:56). وإن الأتصال يعد وسيلة اجتماعية يتم من خلالها التفاهم بين الأفراد والجماعات على حد سواء، وهو وسيلة رئيسية من الوسائل التي تستخدم لتحقيق الأهداف (مسلم، 2004:45). وتعد اللغة الأداة الأساسية بيد الإنسان لتحقيق أشكال الأتصال والأعلام والتفاهم وقد يكون تعلم أكثر من لغة بل الأهتمام باللغات دافعاً قوياً للسفر (عبيدات، 2008:151). وإن اللغة ملكة يكتسبها الإنسان بالتلقين عن الابوين والمجتمع (Gibson & Hanna, 2001:9). ومن ابرز اللغات العالمية هي الإنجليزية لذا بات من الضروري تعلم الإنجليزية لثلاث شرائح من الناس :

أ- العامل في القطاع السياحي والعامل في القطاع الفندقية.
 ب- السائح الذي لا يستطيع أن يستمتع برحلته السياحية بشكل كلي من غير أن يكون له معرفة واطلاع على لغة البلد الذي يستضيفه. هذا وأن معظم المسافرين يميلون الى تعلم بعض العبارات لاستخدامها عند وجودهم في الدول الأجنبية، "وفي العادة تكون التعبيرات المستخدمة في طلب الطعام... أو التكلم مع موظفي الفندق أو غيرهم من الأمور المرتبطة بمتعة السفر" (عبيدات، 2008:151).
 ابن البلد المستقبل إذ أن السياح لا يتعاملون مع العاملين في القطاعين المذكورين انفا فقط بل يجب أن يكن لهم تعامل ولو قليل مع ابن البلد المستقبل الذي عليه أن يحسن التعامل مع ضيف اجنبي في بلده واستخدام اللغة التي يفهمها .
 وقيل أن نستعرض بعض أصناف العاملين في قطاعي السياحة والفنادق الذين يتعين عليهم تعلم اللغة الإنجليزية، علينا أن نعرف الفندق ومدى علاقة الفندق بالسياحة.
 إن الفندق هو "المكان الذي يحصل فيه السائح على جميع الخدمات التي يحتاج إليها طيلة فترة ضيافته" ؛ وبعبارة أوضح هو منشأة سياحية تتوفر فيها التسهيلات والخدمات التي يحتاج إليها السائح (عبود، 2007 : 107). إذن الفنادق والمطاعم تعتبر منتج من منتجات السياحة وهي بذلك عنصر من عناصر صناعة السياحة (المصدر السابق: 54) .

1- اللغة الإنجليزية للعاملين في السياحة

يجب على العاملين في قطاع السياحة تعلم اللغة الإنجليزية وذلك بحكم اتصالهم أو تعاملهم مع السائح الأجنبي، هذا وأن تنشيط السياحة يتحقق من خلال برامج تدريبية خاصة للمدراء والموظفين والأدلاء لأكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات الاتصالية واللغوية(عبيدات، 2008:63). إذ يجب توفر عدة مهارات وكفاءات للعاملين في السياحة ومنها، كما يذكر مقابلة (مقابلة، 2007:173). "اجادة أكثر من لغة أجنبية ووضوح التعبير عند الكلام". ومن هؤلاء العاملين:

- أ- المدير العام the general manager (مدير المكتب السياحي أو مدير الموقع السياحي) .
- ب- مدير الأمن the security director : ومن صفاته كما ذكرها سلمان (63 : 2012) "مؤهل عالي والقدرة على التحدث بلغة اجنبية فليس من المعقول أن يكون مدير أمن لايتحدث على الأقل الإنجليزية بطلاقة".
- ت- المرشد السياحي the tour guide : "ويعد اتقان أكثر من لغة من أساسيات عمل المرشد لتحقيق اتصال شخصي ناجح مع مختلف جنسيات السياح، ... " (الحربي والسهلي، 2011:42)، انظر ايضا (سلمان، 2012 : 109). و قد يسمى بالدليل السياحي ويجب أن يكون شخص مؤهل وقادر على تقديم المعلومات والشروحات الكافية للسائح حول المكان الذي يود زيارته أو الإقامة فيه(عبيدات، 2008:23).
- وكيل السفر the travel agent : ومن المهارات الفنية لوكيل السياحة والسفر العمل على تثقيف العاملين بالوكالات السياحية لان العمل في المكتب السياحي يتطلب ثقافة عالية (مقابلة، 2007:169).
- ث- وبالطبع اللغة الإنجليزية وجه من وجوه الثقافة العالية.
- ج- مشغل أو منظم الرحلات the tour operator
 مشرف التشغيل (تشغيل الرحلات) the supervisor وينقل سلمان(54 : 2012) .
- ح- أنه يجب توفر شروط في اختيار المشرفين ومنها اللغة إذ "في حالة وجود مشكلة مع أحد الأفراد يقوم المشرف بحل هذه المشكلة" حيث يكون دائم الاحتكاك مع السياح.
- خ- مندوب النقل transportation commissioner : "يجب أن يكون قادراً على التحدث باللغة الأجنبية" (مقابلة، 2008:179).

2- اللغة الإنجليزية للعاملين في الفندق

سنورد فيما يلي أهم العاملين في الفندق والذين قد يكون لهم تماس مباشر مع السائح الأجنبي، لذا يعد تعلم اللغة الإنجليزية ضروري في مجال عملهم:

- أ- المدير العام للفندق the general manager: ويعد المسؤول المباشر عن كل كبيرة وصغيرة في الفندق ويجب أن تتوفر فيه "المرونة في التعامل ... وأن يتقن اللغات الشائعة ومُلمّاً بالثقافة". (سعيد، 1991:36-، 37) .
- ب- مدير الفندق المقيم Resident Manager
- ت- مدير قطاع الغرف The Manager of Rooms Division

- ث- مدير الأغذية والمشروبات The Manager of Food & Beverage
 ج- مدير المستخدمين The Manager of Personnel
 ح- مدير المبيعات Manager of the Sales
 خ- مدير العلاقات العامة The Manager of Public Relations
 د- كبير (رئيس) المهندسين The Chief of Engineers
 ذ- المراقب المالي أو مدير الحسابات The Accountant Chief
 ر- مدير المشتريات The Purchasing Manager

وتنقسم الإدارة الرئيسية للفندق الى عدة أقسام "تتعدد مسؤولياتها ابتداءً من تسكين النزلاء وخدمتهم الى الترحيب والعمل بشتى الوسائل على راحتهم." (المصدر السابق: 60) ومن هذه الأقسام الفرعية:

- 1- المكتب الأمامي The Front Desk (الاستقبال- الأستعلامات- صراف المكتب الأمامي) ويعمل فيه: الشخص المسؤول عن قسم خدمة الاستقبال The Bell Captain و حامل الحقائب The Bellman، وشخص يقف أمام مدخل الفندق لمساعدة الضيوف في الدخول والخروج للفندق Doorman، وموظف يسجل ويحدد للضيوف الغرف الخاصة بهم The Room Clerk. (سعيد، 61، 1991-71).
- 2- المدير الليلي والمدير المناوب The Assistant Manager & Night Manager. (المصدر السابق، 76)
- 3- قسم الأشرف الداخلي The Housekeeping Department 77ص
- 4- قسم الغسيل والكي The Laundry & Valet Service Department

قسم الأمن The Security Department ومن المواصفات الشخصية لمدير الأمن هو اجادة اللغات الأجنبية ص 78 .

رابعاً : نموذج استمارة الاستبيان ونتائجها

1- مجتمع وعينة البحث

فيما يأتي يبين جدول رقم (1) نموذج استمارة الاستبيان التي توضح مدى معرفة واستخدام العاملين في مطار بغداد الدولي للغة الانجليزية في مجال عملهم من خلال التأشير بعلامة صح. وقد تم استخدام نظام ديكارت الخماسي في صياغة جدول الاستبيان. ونضيف بأن مجتمع البحث هو 300 عامل في مطار بغداد الدولي وقد تم اختيار 150 (عدد العينة) عامل وهي عينة عشوائية من كلا الجنسين و الذين لديهم نسبة معرفة ولو قليلة باللغة الانجليزية وتمثل نسبتهم 50% بالنسبة للعدد الكلي لمجتمع البحث.

جدول (1)

ضع علامة صح في المربع الذي يتطابق مع معلوماتك

ت	العبارات الانجليزية	أعرفها	أعرف بعضها	لا أعرفها	استخدمها في عملي	لا استخدمها في عملي
1	Have you tea/coffee?					
2	Did you have a reservation?					
3	How did you find our service?					
4	What time is it?					
5	Could you tell me your flight time?					
6	Do you have a vacation?					
7	What is your profession?					
8	Your call is hanging up?					
9	Can I help you?					
10	We have much time to go.					
11	Have you been to this country before?					
12	Is he/she traveling with you?					
13	The bus is waiting for you.					
14	Have confirm flight number?					
15	You've got the wrong number.					
16	At your service.					
17	Take me to the airport, please.					
18	Which bag is yours?					
19	It is too late.					
20	Be ready to embark.					

2- تحليل النتائج

يبين جدول رقم (2) نوع الاختيار والنسب التي احتلها من بين عينة مجتمع البحث:

جدول (2)

الاختيار ذي النسبة الاكبر	العبارات الانجليزية المختارة	ت
لا أعرفها (33%)	Have you tea/coffee?	1
استخدمها في عملي (46%)	Did you have a reservation?	2
أعرفها (33%)	How did you find our service?	3
أعرفها (40%)	What time is it?	4
لا أعرفها (46%)	Could you tell me your flight time?	5
أعرفها (33%)	Do you have a vacation?	6
لا أعرفها (40%)	What is your profession?	7
أعرفها واستخدمها في عملي (26%)	Your call is hanging up?	8
لا أستخدمها في عملي (40%)	Can I help you?	9
لا أعرفها ولا أستخدمها في عملي (26%)	We have much time to go.	10
أعرفها (33%)	Have you been to this country before?	11
لا أعرفها (40%)	Is he/she traveling with you?	12
لا أستخدمها في عملي (33%)	The bus is waiting for you.	13
لا استخدمها في عملي (33%)	Have confirm flight number?	14
أعرفها واعرف بعضها (33%)	You've got the wrong number.	15
لا أعرفها (33%)	At your service.	16
أعرفها (33%)	Take me to the airport, please.	17
أعرف بعضها (26%)	Which bag is yours?	18
أعرف بعضها واستخدمها في عملي (26%)	It is too late.	19
لا أعرفها (26%)	Be ready to embark.	20

وفيما يأتي شرح وتحليل لجدول رقم 2:

1. نلاحظ في الفقرة الاولى للجدول السابق بأن اللذين لا يعرفون السؤال Have you tea/coffee? هم النسبة الاكبر في العينة وهي 33%.
2. أما السؤال الثاني Did you have a reservation? فكان التأشير على استخدامها في عملي احتل النسبة الاكبر في العينة وهو 46% .
3. وفي الفقرة الثالثة كان اللذين يعرفون السؤال How did you find our service? قد احتل النسبة الاكبر في عينة المجتمع وهو 33%.
4. أما السؤال What time is it? فقد كانت اختيار "أعرفها" احتل النسبة الاكبر في العينة وهو 40%.
5. وقد كان اختيار "لا أعرفها" قد اخذ النسبة الاكبر في السؤال Could you tell me your flight time? وهي 46% من حجم العينة.
6. أما السؤال Do you have a vacation? فقد اخذ النسبة الاكبر في اختيار "اعرفها" من مجتمع العينة وهي 33%.
7. وكان اختيار "لا أعرفها" اخذ النسبة الاكبر في السؤال What is your profession? وهي 40% من حجم العينة.
8. أما عبارة your call is hanging up. قد اخذت نسبتي متساويتين وهي 26% في اختيارات العينة وهما أعرفها واستخدمها في عملي.
9. وقد أخذ سؤال Can I help you? النسبة الاكبر في اختيار "لا استخدمها في عملي" وهي 40% من عينة المجتمع.
10. وكانت العبارة We have much time to go. قد اخذت النسبة الاكبر وهي 26% في الاختياران "أعرفها" و"لا استخدمها في عملي".
11. وقد كان اختيار "اعرفها" هو الاختيار الاكبر نسبة وهي 33% للسؤال الانجليزي Have you been to this country before?

12. وكان السؤال Is he/she traveling with you? كان الاختيار "لا أعرفها" قد أخذ النسبة الأكبر من حجم العينة وهي 40%.
13. وكان اختيار "لا استخدمها في عملي قد أخذت النسبة الأكبر وهي 33% في العبارة The bus is waiting for you .
14. وكانت عبارة Have confirm flight number? أخذت نسبة 33% في اختيار "لا استخدمها في عملي".
15. واحتلت عبارة you've got the wrong number. النسبة الأكبر وهي 33% في اختيارين هما أعرفها واعرف بعضها.
16. وكان اختيار "لا أعرفها" قد أخذ النسبة الأكبر وهي 33% للعبارة . At your service .
17. وكانت عبارة Take me to the airport please. أخذت النسبة الأكبر وهي 33% في اختيار "أعرفها".
18. وكان الاختياران "أعرف بعضها" و"لا استخدمها في عملي" احتلنا النسبة الأكبر وهي 26% لعبارة Which bag is yours? .
19. وكانت العبارة Its too late. أخذت النسبة الأكبر وهي 26% في اختياران هما أعرف بعضها واستخدمها في عملي.
20. أما العبارة الأخيرة وهي Be ready to embark. أخذت النسبة الأكبر وهي 26% في اختيار "لا أعرفها".

وبعد ذلك يمكننا تحليل النتائج من ناحية أخرى وأكثر توضيحاً وتحليلاً من خلال الجدول التالي (رقم 3):

جدول (3)

الاختيار ونسبته	تسلسل العبارات	عددها
أعرفها (33%)	17/11/6/4/3	5
أعرف بعضها (26%)	18	1
لا أعرفها (33%)	20/16/12/7/5/1	6
استخدمها في عملي (46%)	2	1
لا استخدمها في عملي (40%)	14/13/9	3

ويبين العمود الأول من جدول رقم (3) الاختيارات في عينة الاستبيان مع النسب والعمود الثاني يبين تسلسل العبارة الانجليزية، أما العمود الثالث فيبين عدد التسلسلات الموجودة في الجدولين ونسنتج منه الآتي:

- 1- أن الاختيار "لا أعرفها" يحتل أكبر عدد من النسب في أكثر عبارات الجدول وهو 6 وهذا يشير الى هبوط المستوى اللغوي للغة الانجليزية للعاملين في مطار بغداد الدولي.
- 2- ونلاحظ اختيار "أعرفها" الذي يحتل المرتبة الثانية في عدد النسب وهو 5 ، و اختيار "لا استخدمها في عملي" تحتل المرتبة الثالثة وهو 3 من عدد النسب. وهذا يبين بأن رغم وجود معرفة محدودة للغة الانجليزية الا أن غياب عنصر الممارسة او الاستخدام يجعل من اللغة الانجليزية لغة راكدة غير قابلة للتطور.

خامساً: الأستنتاجات

- 1- تعد اللغة الأداة الأساس بيد الإنسان لتحقيق أشكال الأتصال والأعلام والتفاهم وقد يكون تعلم أكثر من لغة بل الأهتمام باللغات دافعاً قوياً للسفر، ومن ابرز اللغات العالمية هي الأتجليزية.
- 2- تعتبر اللغة عنصراً مسانداً لمن يسافرون حول العالم حيث المشاركين في الفعاليات والأنشطة السياحية والمهرجانات والأسواق السياحية العالمية والمؤتمرات الدولية وغيرها.
- 3- ضرورة تعلم الأتجليزية ليس فقط للمسافر (السانح) الى دولة أخرى، الذي لا يستطيع أن يستمتع برحلته السياحية بشكل كلي من غير أن يكون له معرفة وإطلاع على لغة البلد المستضيف، وابن البلد المستقبل كذلك.
- 4- لزوم تعلم الأتجليزية للعاملين في قطاع السياحة والفنادق الذين يكون لهم اتصال مباشر بالسياح الأجانب.
- 5- تعتمد صناعة السياحة والفنادق بأعتبارهما صناعة خدمات على العنصر البشري بشكل رئيسي لذا فإن تطوير قدرة العاملين فيهما على استخدام اللغة الأتجليزية يعد مهماً من أجل التواصل مع السياح الأجانب.
- 6- تحقيق نمو سياحي متطور وبالتالي نمو اقتصادي عالي وذلك برفع مستوى رضا السياح وضمن عودتهم للزيارة.

سادساً: التوصيات

- أن تتبنى هيئة السياحة الاهتمام ب:
- 1- اللغة عامة لأنها الأداة الأساس لتحقيق الاتصال والأعلام والتفاهم، باعتبارها العنصر المساند والفعال للعاملين، خاصة في حضور الفعاليات والأنشطة والمهرجانات السياحية الدولية وغيرها.
 - 2- تطوير وتدريب العاملين في القطاع السياحي والفندقي على اختلاف مستوياتهم على استخدام وتعلم اللغة الإنجليزية وبهذا يكون ادخال اللغة الإنجليزية ضمن برامج التدريب المستمر للعاملين في قطاعي السياحة والفنادق، وأن تضم البرامج كافة العاملين من مدراء وموظفين وغيرهم.
 - 3- تطوير المناهج التعليمية لمادة اللغة الإنجليزية ولايكتفي أن تدرس هذه اللغة نظريا بل أن تدرس عمليا من خلال تفعيل مختبرات اللغة الإنجليزية.
 - 4- إقامة رحلات تعليمية تدريبية الى الدول الناطقة باللغة الإنجليزية سواء للتدريسيين او للطلبة ذوو الاختصاص.
 - 5- قيام وسائل الاعلام المختلفة بحملات توعية تستخدم فيها الوسائل المرئية والمسموعة توضح فيها اهمية تعلم اللغات الاجنبية ومنها الانجليزية (لعالميتها) واعتبار ان اللغة توفر فرص عمل لاشخاص الذين يجيدونها.
 - 6- قيام الجهات ذات العلاقة بتطوير مناهج اللغة الانجليزية في المؤسسات التعليمية التي تمنح شهادات تخصصية في مجالي السياحة والفنادق وبما يخدم الطلبة الدارسين في مجال عملهم المستقبلي.

* ملاحظة وردت مشتقات لفظة السياحة في القرآن الكريم: "فسيحوا في الأرض" آية 2 من سورة التوبة أي سيروا، ولفظة "السانحون" في آية 112 من السورة نفسها بمعنى الصانعون فعن النبي الاكرم (صلى الله عليه وآله وسلم) "سياحة امتي الصوم". وقيل هم الذين يسبحون في الأرض فيعدون من عجائب الله تعالى وقيل هم طلبة العلم يسبحون في الأرض (الطبرسي، 1959: 75-76/ج3). اما المورد الثالث ففي سورة التحريم آية 5 "سانحات" أي ماضيات في طاعة الله تعالى وقيل صانعات، وانما قيل للسانح لانه يستمر في الأسماء عن الطعام كما يستمر السانح في الأرض (المصدر السابق: 312/ج3). أما في اللغة الانجليزية فان الفعل *tour* يعني يجول أو يدور، والأسم *tourism* فمعناه الانتقال والدوران (عبوي، 2007: 169) (مقابلة، 2007: 19). وجدير بالذكر أن لفظة السياحة والسانح لم تستخدم في الغرب بمعناها الحالي الا في وقت متأخر وذلك في مطلع القرن التاسع عشر.

المصادر

- 1- الأبتسامة (مجلة الكترونية) < الموسوعة العلمية > بحوث علمية < بحث: كيف أصبحت اللغة الإنجليزية لغة عالمية. 2009-2010.
- 2- البحيري، د. نهاد ربيع. (2005). مجلة الجزيرة: "اللغة الإنجليزية: لماذا هي عالمية؟" العدد 127. (موقع الكتروني).
- 3- الحربي، د. هباس بن رجاء وأ. سعود السيف السهلي. (2011). الأعلام السياحي مفاهيمه وتطبيقاته. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 4- دانيال، بنيامين يوخنا. (2006). المدخل الى الفندقية. حقوق الطبع محفوظة للمؤلف.
- 5- سعد، اسماعيل علي. (1990). الاتصال والرأي العام. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 6- سعيد، سامي عبد القادر. (1991). فن الإدارة في صناعة الفنادق. القاهرة: مكتبة مدبولي.
- 7- سلمان، زيد منير. (1433هـ - 2012م). الأمن والسلامة في المنشآت السياحية والفندقية. عمان: دار الرياء للنشر والتوزيع.
- 8- صالح، محمود اسماعيل. (2000). الترجمة في الوطن العربي: بحوث ومناقشات الندوة الفكرية في مركز دراسات الوحدة العربية. ط1 بيروت.
- 9- الطبرسي، الشيخ أبو علي الفضل بن الحسن. (1379هـ _ [1959م]). مجمع البيان في تفسير القرآن. المجلد الثالث. بيروت: دار احياء التراث العربي.
- 10- عبوي، زيد منير. (1427هـ _ 2007م). فن ادارة الفنادق والنشاط السياحي: مرفق بقاموس المصطلحات الفندقية والسياحية. عمان: دار كنوز المعرفة للنشر.
- 11- عبيدات، محمد. (2008). التسويق السياحي. ط3 عمان: دار وائل للنشر.
- 12- مسلم، تغريد أحمد. (2004). التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض. دمشق: دار النمير للطباعة والنشر والتوزيع.
- 13- مقابلة، د. أحمد محمود. (1428هـ _ 2007م). صناعة السياحة. ط1 عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.
- 14- مكية، منال عبد المنعم. (1420هـ _ 2000م). السياحة تشريعات ومباديء. ط1 عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 15- الهيتي، هادي نعمان. (1978). "الموسوعة الصغيرة": "الاتصال والتغيير الثقافي". عدد 23. بغداد: دار الحرية للطباعة.

English References

- 16- Chomsky, Noam. (1975). Reflection Language. NewYork:Pantheon.
- 17- Gibson, James W., & Michael S. Hanna. (2001) 2 nd ed. Introduction of Human Communication. United State of America.
- 18- Hall, Eugene J. (1976). The Language of Hotel in English. NewYork, Regents Publishing Company, Inc.
- 19- Wordsdall, Vivien. (1976). Special English for Tourism. Book2. U.S.A. Prentice-Hall, Inc.

.....
.....
.....